

German Centre in Singapur

Unternehmen in Asien – „ob sie wollen oder nicht“

SINGAPUR - Die Zukunft liegt in Asien. Das glauben viele Unternehmen. Einige sind schon da und nutzen ein kostengünstiges Angebot der Landesbank Baden-Württemberg: das German Centre. Andere wollen sich ansiedeln und suchen Kontakte. Auch dabei wird ihnen vom Land geholfen.

Aus Singapur berichtet unser Redakteur Martin Sturm

Ein schlichter Schreibtisch mit Telefonanschluss für 300 Euro pro Monat: Billiger kann man in Singapur nicht ins Geschäft kommen. Im Preis enthalten ist die Klimaanlage. Die brauchen Singapur-Neulinge auch. Der Wettbewerb hier, heißt es, sei härter als zu Hause in Europa. Und das ganzjährig schwül-heiße Klima in dem südostasiatischen Stadtstaat schlägt Neulingen leicht aufs Gemüt.

Den kleinen Raum mit vier, fünf solcher Schreibtische hat sich eine Tochterfirma der Landesbank Baden-Württemberg ausgedacht. Unter dem Namen German Centre betreibt sie an Knotenpunkten der Globalisierung große Bürogebäude. Das German Centre in Singapur hat derzeit 148 Mieter, fast ausschließlich deutsche Unternehmen – darunter sind schwäbische Mittelständler wie der Maschinenbauer Trumpf oder der Medizingeräte-Hersteller Erbe, aber auch die Telekom-Tochter T-Systems und der TÜV Rheinland.

Die meisten Mieter im German Centre haben mehr als nur den Billig-Schreibtisch, mindestens ein kleines Büro. Und weil in Singapur Goldgräberstimmung herrscht, ist das Haus mit seiner Fläche von insgesamt knapp 20 000 Quadratmetern fast voll. Seit 2004 hat Singapur ein durchschnittliches reales Wirtschaftswachstum von acht Prozent pro Jahr. Immerhin bis zu sechs Prozent sind für das laufende Jahr vorhergesagt. Von diesem Kuchen wollen sich die Mieter im German Centre eine Scheibe abschneiden.

Da ist zum Beispiel die Firma Reich aus Nürtingen, die in einem großzügigen Ausstellungsraum zwei Spezialmaschinen für die Holzbearbeitung zeigt. „Wir machen von Singapur aus den Vertrieb für ganz Asien – von Pakistan bis zu den Philippinen, von Indien bis China.“ Maschinen gehören nicht nur zu den wichtigsten Importprodukten Singapurs. Der Hafen mit dem größten Containerumschlagsvolumen der Welt ist auch das Tor in viele Nachbarstaaten. „Die Kunden hier wollen nicht warten, bis ein Verkäufer aus Europa einen Termin vereinbart und umständlich anreist. Wir müssen schneller sein“, sagt Bencina.

Keine westliche Demokratie

Singapur ist keine westliche Demokratie. Der Stadtstaat verbietet den Import von Kaugummi und bestraft Drogenhandel mit dem Tod. Das stört die Unternehmen nicht, die hierher kommen – im Gegenteil. „Die Firmen aus Deutschland finden hier hohe Rechtssicherheit, attraktive Steuergesetze und eine perfekte Infrastruktur



Singapur ist das Tor nach Asien. Bei Nacht beeindruckt die Skyline der Stadt unter anderem mit dem größten Riesenrad der Welt. Deutsche Unternehmen finden hier sorgfältig gepflegte Strukturen vor: Das German Centre, eine Tochter der LBBW, kümmert sich um Kontakte. Foto: dpa

vor“, sagt Tim Philippi, Geschäftsführer der Deutsch-Singapurischen Außenhandelskammer.

Dass im Mini-Staat Singapur mit seinen 4,5 Millionen Bewohnern die Korruption weitgehend verschwand, heißt nicht, dass sie für Geschäftsleute kein Thema ist. „Natürlich bezahlen wir Schmiergeld“, gibt ein anderer Mieter im German Centre freimütig zu. Die Geschäfte würden über Zwischenhändler abgewickelt. So bleibt die eigene Rechnung sauber, und es kann doch ein Teil des Kaufpreises an jene fließen, die vor der Unterschrift unter den Kaufvertragsgerichte Hand aufhalten. Die großen Handelsmächte werden häufig eben nicht in Singapur, sondern in anderen Staaten getätigt. Doch Singapur ist die Brücke zu einem Markt mit 500 Millionen Menschen, die in Südostasien leben. „Das ist doch eine Frage der asiatischen Geschäftskultur“, sagt der deutsche Vertriebler. „Wenn wir diesen Teil der Kultur nicht akzeptieren, sind wir raus aus dem Geschäft.“

Noch gar nicht im Geschäft sind fünf Unternehmer, die sich derzeit in Singapur und Malaysia nach Geschäftspartnern umschauen. Sie reisen in einer Delegation des baden-württembergischen Wirtschaftsministers Ernst Pfister (FDP) und wollen für sich selbst oder ihre Mandanten in Deutschland die Chancen im Gesundheitssektor ausloten – in den Wachstumsmärkten Biotechnologie und Medizintechnik.

Für diese Branchen bietet die „Biopolis“ in Singapur eine perfekte Kulisse. Der Gebäudekomplex für For-

schung und Entwicklung gilt als staatlicher Milliarden-Vorzeigeprojekt. Er wurde vor wenigen Jahren aus dem Boden gestampft, soll nun mit allen Mitteln nach vorn gebracht werden. Es fließen immense Summen in das Projekt, mit dem sich der Staat selbst unter enormen Erfolgsdruck setzt. Biopolis beherbergt nach offiziellen Angaben Tausende Wissenschaftler, die in verschiedenen Bereichen der medizinischen Gentechnik arbeiten. Während Wirtschaftsminister Pfister am Dienstag in der Biopolis ein Symposium für Biotech und Gesundheitswissenschaften eröffnete, trafen die Unternehmer aus Baden-Württemberg im Gebäude nebenan oder im Stockwerk darüber potenzielle Geschäftspartner.

Besnuppeln, Herantasten

Einer der fünf Vorreiter ist der 61-jährige Wirtschaftsprüfer und Steuerberater Georg Wengert aus Singen. Während des einwöchigen Asien-Trips hat er die heimische Kanzlei seinen zwei Söhnen, einer Schwiegertochter und den übrigen der etwa 20 Mitarbeiter überlassen. Jetzt sitzt Wengert in einem großen Laborkomplex in der Biopolis und verhandelt. Es ist ein erstes Besnuppeln, Ausloten, Herantasten. Wengert muss herausfinden, ob es Geldgeber in Singapur für einen seiner Mandanten gibt: Das Unternehmen NanoHale aus Dortmund will laut Wengert ein neuartiges Insulin entwickeln, das sich Zuckerkrankte nicht mehr spritzen müssen, sondern einatmen können.

Ob sich ein Börsengang lohnt oder einer der Staatsfonds Singapur Geld lockermachen könnte – das wüsste Wengert gern. Die Antwort bleibt sein Gesprächspartner erst einmal schuldig, er lässt nur soviel durchblicken: „Es ist hier nicht alles Gold, was glänzt.“ „Verlorene Zeit war das trotzdem nicht“, sagt Wengert hinterher. „Man muss an sich glauben.“

Kontakte ab 700 Euro

Leute mit der Einstellung von Georg Wengert müsste es mehr geben, meint Herbert Neuland. Er ist Geschäftsführer von Baden-Württemberg International (bw-i). Neulands Job ist es, im Auftrag des Landes heimischen Unternehmen Brücken ins Ausland zu bauen. Für eine Gebühr von 700 bis 1500 Euro (ohne Reisekosten) organisiert bw-i für Leute wie den Singener Wirtschaftsprüfer Wengert Reisen zu Kontakt- und Kooperationsbörsen ins Ausland.

Von den 500 in Deutschland tätigen Biotechnologie-Unternehmen sind nach Angaben des Wirtschaftsministeriums 81 in Baden-Württemberg angesiedelt. Damit liege das Land hinter Bayern (93) auf Platz zwei. „Wir haben vor der Reise sehr viele Interessenten angesprochen“, sagt Neuland. Dass jetzt nur fünf Unternehmer mitfahren, stelle „die absolute Untergrenze“ dar.

Warum ist diesmal das Interesse an den Zukunftsbranchen Biotech und Medizintechnik, die doch angeblich boomen in Asien, so schwach? „Biotech ist natürlich forschungintensiv.

Es ist komplexer, teuer und daher sicher schwieriger als einfach ein Ingenieurbüro aufzumachen“, räumt Neuland ein. Zudem haben in Baden-Württemberg die meisten dieser vorrangig jungen und inovativen Unternehmen weniger als 20 Mitarbeiter. Große Sprünge sind da nicht drin. „Trotzdem“, sagt Neuland, „sind viele Firmen zu zögerlich in Deutschland.“ Die großen Trends böten auch für deutsche Mitbewerber hervorragende Chancen.

Vielleicht kommen sie ja noch nach Singapur, sitzen demnächst in einem der vielen Labore in der Biopolis. Oder der Biopolis II, die auch schon geplant wird. Oder erst einmal an einem der billigen Schreibtische des German Centre. „Ich habe in meinem früheren Job selbst so angefangen“, sagt Herbert Neuland. 1995 ist er als Unternehmensberater für Dornier Consulting nach Abu Dhabi in Arabien gegangen, um Projekte in der Wasserversorgung zu starten. „Ich saß selbst an so einem kleinen Schreibtisch. Ich war ganz allein und hatte ein Budget von 20 000 D-Mark.“ Zehn Jahre später sorgten 300 Mitarbeiter in seinen Projekten für 60 Millionen Euro Jahresumsatz.

Solche Wachstumssprünge seien auch in den neuen, wissenschaftsbasierten Industrien Singapurs keine Utopie. Wenn heimische Unternehmen sich jetzt nicht trauen, machen womöglich andere das Geschäft. Neuland ist jedoch zuversichtlich: „Die Globalisierung wird sie schließlich treiben, sich auf den Schritt nach Asien einzulassen. Ob sie wollen oder nicht.“

Interview mit Michael Weiss, Chef des German Centre in Singapur, zu neuen asiatischen Wachstumsmärkten für deutsche Firmen

„Wir machen den Start in Asien extrem einfach“

SINGAPUR - Michael Weiss arbeitet als Chef des German Centre in Singapur, das die LBBW betreibt. Es ist eines von sechs Häusern weltweit, die – teils unter Beteiligung der BayernLB – die Ansiedlung deutscher Unternehmen in globalen Wachstumsregionen fördern. Die Idee wurde in der ersten Hälfte der 1990er-Jahre unter anderem von den Ministerpräsidenten Lothar Späth und Erwin Teufel sowie vom Unternehmer und damaligem VDMA-Präsidenten Berthold Leibinger geboren, sagt Weiss. Mit dem Mann, mit dessen Hilfe weitere German Centres umgesetzt werden, sprach unser Redakteur Martin Sturm.

SZ: Welche Unternehmen, welche Branchen sollten über den Schritt nach Asien nachdenken?

Michael Weiss: Mit knapp 40 Prozent sind unser stärkstes Portfolio hier im German Centre die Maschinen- und Anlagenbauer. Aber genauso interessant ist der Schritt für Dienstleister: etwa Anwälte, Beratungsfirmen und Firmen aus den Branchen Personal-Service, Tourismus oder Informations-

SZ-Interview



Chef im German Centre: Michael Weiss. Foto: gc

technologie.

SZ: Spricht für Singapur der Vorteil, dass es Drehkreuz für ganz Südostasien ist?

Weiss: Ja. Mehr als 90 Prozent unserer Mieter haben Verantwortung für eine größere Region. Für die einen reicht

sie bis auf die wichtigen asiatischen Schlüsselmärkte Indien, Japan, China, teilweise sogar bis Australien und Neuseeland. Mindestens reicht die Zuständigkeit jedoch in die ASEAN-Staaten: Brunei, Indonesien, Kambodscha, Laos, Malaysia, Myanmar, Papua-Neuguinea, die Philippinen, Singapur, Thailand und Vietnam.

SZ: Das German Centre ist Brückenkopf nach Asien. Müssen die Mieter irgendwann ausziehen wie in einem Gründerzentrum?

Weiss: In den ersten Jahren war das einmal so angedacht. Es stimmt auch, dass wir für viele Mieter eine Art Inkubator sind, um sich hier zu akklimatisieren. Aber es gibt keine Höchstmietdauern. Wir haben Mieter, die sind seit der Gründung vor 13 Jahren dabei.

SZ: Sind die Mieten bei Ihnen im Vergleich zum Durchschnitt von Singapur günstig?

Weiss: Wir passen uns an den Immobilienmarkt an. Allerdings ist das Ger-

man Centre sicher eine der günstigeren Adressen. Sie zahlen hier nur ein Fünftel der Miete, die im Stadtzentrum verlangt wird. Und wir bieten für das Geld mehr als Wettbewerber. Denn häufig lässt man in Singapur Bürogebäude herunterkommen. Das können wir uns nicht leisten. Das Haus ist tiptop: mit neuen Büros, einem neuen Restaurant, Rabatten für Hotel- und Flugbuchungen. Wir wollen ein Aushängeschild der deutschen Industrie sein.

SZ: Profitmaximierung wollen Sie nicht betreiben?

Weiss: Ziel ist es, kostendeckend zu arbeiten und dafür eine gute Infrastruktur zu bieten.

SZ: Was sagen Sie Unternehmen, die zögern?

Weiss: Man muss sich schon überlegen, ob der eigene Erfolg künftig in Europa oder Asien liegt. Viele Exportweltmeister sind so gut, weil sie 40 Prozent ihrer Waren nach Frankreich oder Italien exportieren. Dabei heißt

das Stichwort heute eigentlich Zukunftssicherung. Man muss sich frühzeitig in den neuen Wachstumsmärkten positionieren. Wer das scheut, läuft Gefahr, den Anschluss zu verlieren.

SZ: Warum kommt es so weit?

Weiss: Weil die Wachstumsmärkte schwierige Märkte sind, die man nicht kennt. Oft hören wir als Grund, es gebe keine optimalen Personalressourcen für die weit entfernten Wachstumsregionen wie China oder Russland. Das ist aber ein Irrtum: Die Exportmanager sind ja da – sie sitzen bloß in Tuttlingen, Esslingen oder anderswo.

SZ: Ihre Botschaft lautet also: Unternehmen, schickt eure Leute ins Ausland?

Weiss: Ganz klar, ja. Singapur, China, Indien – das sind die Zukunftsmärkte. Ich kann den Unternehmen nur raten: das Sprungbrett zu beschreiten, das wir anbieten. Wir machen den Start extrem einfach.

SZON
Das Internetportal der Schwäbischen Zeitung



Adidas rechtfertigt Olympia-Sponsoring
Mit Olympia lässt es sich gut werben - normalerweise. Bei Sponsor Adidas ist man eher um Schadensbegrenzung bemüht: www.szon.de/adidas.

Für BMW wäre ein „Weiter so“ fatal
Der erfolgsvervohnte Autobauer BMW muss umdenken: www.szon.de/bmw

Rückendeckung für den Ex-Chef der WestLB
Investmentbankerin Robin Saunders nimmt ihren Ex-Chef vor dem Düsseldorfer Landgericht in Schutz: www.szon.de/westlb

Die meisten Videos aus der Region

Den aktuellsten Nachrichten-überblick

Das Wichtigste aus Sport und Wirtschaft



www.szon.de